

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan operator telekomunikasi seluler yang makin kompetitif dan peran public relations dalam mendukung perusahaan. Penelitian ini menganalisis strategi public relations XL Axiata Yogyakarta dalam membangun citra positif perusahaan, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam membangun image positif XL. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa public relations XL Yogyakarta telah melakukan berbagai strategi membangun citra positif perusahaan sesuai fungsi dan tujuannya, yaitu sebagai komunikator, membina relationship, peranan backup management dan membentuk corporate image. Secara khusus, public relations XL Yogyakarta telah menjalankan job description divisi Public Relations, yaitu : sebagai Media Engineering, melakukan Press Release/ News Release/ Siaran Pers, sebagai Media Monitoring, sebagai Media Relations, sebagai Monitor dan Maintain Milis Telco - IT, fungsi Corporate Social Responsibility (CSR), merancang Event, menjaga Government Relations, dan fungsi Handling Complaint. Selain itu diperoleh hasil bahwa faktor-faktor pendukung public relations XL dalam membangun citra yang positif adalah adanya SDM yang berpengalaman; adanya berbagai pelatihan untuk meningkatkan skill dan pengetahuan yang mendukung pelayanan pelanggan yang lebih baik; dan adanya beberapa media interaktif yang memadai untuk terjalinnya komunikasi antara perusahaan dengan publiknya. Beberapa faktor yang menjadi penghambat public relations XL dalam membangun citra yang positif adalah keterbatasan akses intranet; belum terjalinnya hubungan yang baik dengan seluruh media massa, terutama lokal; dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang harus terus ditingkatkan.

Keywords : Public relations, strategi, citra, XL Axiata.